

**Promoviendo la cooperación ciudadana desde la comunicación participativa en la
Fundación Red Protectora de Animales - Pasto**

Ensayo

Wilbert Fabián Ascuntar Torres

Tutor

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Pasto, Junio de 2022

Tabla de Contenido

Resumen.....	2
Palabras clave.....	2
Promoviendo la cooperación ciudadana desde la comunicación participativa en la Fundación Red Protectora de Animales - Pasto.....	4
Conclusiones.....	14
Referencias.....	15

Resumen

El presente ensayo hace inmersión en el campo teórico de redes sociales y la comunicación participativa, aplicada a la Fundación Red Protectora de Animales Pasto, en su rol como práctica social organizada -PSO, la cual trabaja en la defensa y protección de los animales. Dicho abordaje se realiza dentro del diplomado de Construcción de Redes Sociales de Comunicación, el cual propone una estrategia de aprendizaje basado en la investigación-acción, dando como resultado una estrategia comunicacional, que busca mejorar las condiciones de vida en armonía con los animales sintientes, desde ámbitos culturales, políticos, educativos entre otros, instruyendo relaciones proactivas de la fundación con sus aliados y actores sociales, gracias a la cooperación ciudadana desde la comunicación participativa como el mejor camino para lograr los propósitos misionales, generando conciencia para la creación de entornos solidarios y amigables con los animales de compañía, promoviendo a su vez la adopción y el aporte de donaciones.

Palabras clave: organizaciones animalistas, comunidad, comunicación participativa, redes sociales, protección animal.

**La cooperación ciudadana desde la comunicación participativa es el mejor camino
para lograr los propósitos misionales de la Fundación**

Red Protectora de Animales Pasto

Los animales son importantes para los seres humanos en muchos aspectos, ya sean emocionales o no, construyen vínculos y comparten momentos, sin embargo, muchos animales de compañía aún viven el terror del abandono y el maltrato, para ello existen algunas organizaciones no gubernamentales (ONG) de protección y defensa de los animales, entre ellas la Fundación Red Protectora de Animales - FunRed Pasto, quien busca ayudar y reducir el sufrimiento de los animales.

El concepto de familiaridad entre humanos y animales ha tenido lugar desde el principio, cuando los animales eran vistos como fuente de subsistencia y medio de transporte para el hombre. Esta relación se ha intensificado con el tiempo, es así como hoy en día, los animales también son adquiridos para la convivencia, el confort emocional, la ayuda en el tratamiento de enfermedades, entre otros fines.

Sin embargo, existe otra realidad, donde un gran número de animales son víctimas de maltrato y agresión por parte de los humanos, recrudeciendo su abandono y ocasionando como consecuencia, la existencia de animales callejeros que logran alcanzar cifras descomunales en las calles, exponiéndose a graves enfermedades, carencias de todo tipo, además de mutilaciones y difíciles condiciones climáticas.

Es así como esta sobrepoblación de animales sin hogar requiere la intervención de movimientos animalistas, quienes comparten aspectos relacionados entre sí, ya que son mayoritariamente organizados e institucionalizados, no dependen de los entes gubernamentales, son auto gestionables y en gran parte se consolidan como fundaciones sin ánimo de lucro.

La tesis que propone este ensayo resalta la importancia de la cooperación ciudadana, desde la comunicación participativa, como el mejor camino para lograr los propósitos misionales de la Fundación Red Protectora de Animales de Pasto, generando conciencia respecto de la creación de entornos solidarios y amigables con los animales de compañía, promoviendo a su vez la adopción y el aporte de donaciones.

Según lo propuesto por Chadi de Yorio (2007), cuando se refiere a las relaciones laborales "El objetivo compartido de alcanzar la meta de un trabajo a entregar; de una tarea a realizar o de la ansiada aprobación de un examen, siembran "actitudes de cooperación" y definen el contexto en que se desarrollan como "colaboracionista" (p. 51).

Por su parte la Fundación Red Protectora de Animales de Pasto, fue concebida con el fin de planificar e instaurar acciones en pro del bienestar de los animales, mediante la gestión de proyectos y acciones que mitiguen situaciones generadas por el maltrato animal, es así como en sus inicios pasaron de su rol como rescatistas a la consolidación de temas mayormente posicionados entre la sociedad, ya sea por su impacto, interés y efectividad en cuanto a bienestar animal.

Con una filosofía cimentada en el trato ético para todas los seres sintientes, en especial los animales de compañía, y en el entendimiento de las problemáticas sociales y realidades del país, promueve la articulación en redes con diversos grupos de interés en el tema, entre ellas las instituciones públicas y privadas al igual que las sociedades protectoras, cuyo quehacer se centra en el manejo y control de fauna urbana, organismos que fomentan en sus prácticas misionales iniciativas de responsabilidad social empresarial y finalmente la ciudadanía en general quienes son la razón de ser de la fundación en mención, como lo señala Chadi de Yorio, (2007), cuando se refiere a los sistemas que integran una red secundaria:

La magnitud de estas fracciones de la red se traduce en los grupos familiares para los cuales las actividades "solidarias" responden a su sistema de valores y dedican parte de su tiempo a cumplir las mismas. En estos "grupos comunitarios" habitualmente, las relaciones son de tipo "impersonal", compartiendo "semejanzas" respecto de los objetivos a alcanzar a través de tareas que mejoren el nivel de vida de sectores de la comunidad más necesitados. (p48).

En la actualidad la Fundación Red Protectora de Animales de Pasto, tiene entre sus objetivos la educación en bienestar animal a varios grupos etarios y sociales, promueven la esterilización como solución definitiva del problema de sobrepoblación animal, siendo un actor relevante en la implementación de esta práctica a través de múltiples y masivas campañas de esterilización gratuita, esto con el fin de contener la sobrepoblación y abandono animal.

Finalmente desarrollan y ejecutan programas e iniciativas que promueven la adopción, como una solución efectiva sobre el bienestar de los animales. Dichas acciones han sido promovidas en el municipio de Pasto en articulación con diferentes instituciones de carácter público y privado.

De esta manera prevalece el concepto de red social y comunicación participativa, como un principio de simultaneidad por un propósito en común para la solución de conflictos, desde la posición de Fresno et al. (2014), donde la mayoría de los actores están de acuerdo en su participación en los mismos proyectos:

Una red cohesionada será aquella en la que todas las organizaciones estén cercanas entre sí y en la que no haya organizaciones que estén aisladas o situadas en la periferia de la red. De este modo, la red de afinidad y la de contactos entre entidades tienen un nivel de cohesión bastante elevado. (p.158).

Gracias al acercamiento metodológico que permite la indagación cualitativa de la OSP Fundación Red Protectora de Animales de Pasto, ha sido posible conocer de que forma los propósitos y acciones se interconectan con otros actores sociales, determinando un hilo conductor que, a través de la comunicación participativa, proyecta soluciones idóneas y coherentes con la problemática actual frente al maltrato y abandono de los animales de compañía, tal como lo definen Fresno et al. (2014) “Estas colaboraciones puntuales o mantenidas en el tiempo configuran una estructura de relaciones de cooperación en el entorno comunitario y establecen el perfil básico de intercambios organizativos” (p.164).

En el presente trabajo académico se expone la Estrategia de Fortalecimiento Organizativo y Comunicacional propuesta en el Diplomado de Construcción de Redes Sociales en Comunicación, en el cual, desde un enfoque comunitario, de comunicación participativa y red social, se tuvieron importantes hallazgos que fueron motivo de la investigación acción, aplicada a la OSP Fundación Red Protectora de Animales de Pasto.

Para el diseño de las acciones comunicativas se tiene en cuenta los puntos emergentes en las diferentes interacciones de sus redes sociales expuestas y tratadas en el procesamiento y análisis de datos, donde se identifican aspectos claves de la cultura como las experiencias personales con animales a lo largo de la vida, las cuales influyen en la actitud y su comportamiento en relación con los mismos.

Es así como las personas con mayor capital humano, es decir, con mayor acumulación de experiencias, habilidades y educación orientadas a la filantropía o prosociales, son más sensibles al tema animalista y entienden que el rol y significado de los animales de compañía para el individuo, hacen parte de la construcción social, así como el grado de exposición y las experiencias vividas con ellos, principalmente en la infancia.

Asimismo, las creencias, conocimientos, actitudes y prácticas de cuidado doméstico, como también los modos y tradiciones de cada región, dan un matiz especial a las prácticas de tenencia responsable de animales de compañía. Por lo tanto, las acciones comunicativas no pretenden atacar prácticas tradicionales, sino que a partir de esas mismas se incorporan nuevas formas de comportamiento responsable.

Se trata entonces de lograr un punto medio entre los conceptos de bienestar animal y las concepciones tradicionales de la población. Por su parte, la comunicación participativa contribuye a favorecer la creación de entornos empáticos y amigables con los animales de compañía, fortaleciendo la cooperación ciudadana para la defensa de sus derechos y libertades.

Para que estos propósitos puedan llevarse a cabo se requiere entonces de la combinación de una estrategia de comunicación mediática efectiva, con una de carácter comunitario de tal forma que ambas refuercen las acciones comunicativas y sus contenidos conduzcan a la adopción de tareas y prácticas inmersas en el contexto de red social, tanto a escala individual como colectiva, según lo expuesto por Vélez, G. (2011) "...la visibilización creciente de problemáticas sociales gracias a las nuevas tecnologías, llevan a búsqueda de soluciones prácticas que se implementen a través de metodologías congruentes con los problemas relacionales que se viven en la sociedad" (p. 2).

Dado este contexto, la estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional parte de una convocatoria de voluntades con un propósito común, en este caso la implementación de acciones promocionales de comunicación mediática y comunicación interpersonal, a través del diseño de recursos pedagógicos comunicativos y la formulación de un plan de medios, esto con el fin de fortalecer la relación comunicacional con los actores sociales, al igual que el incremento del número de donaciones en esterilizaciones y alimentación, para animales en situación de calle.

Para ello se requiere como principal herramienta la comunicación participativa que cumple una función informativa y educativa en la población, y además contribuye a posicionar el tema de tenencia responsable de animales de compañía como una prioridad de interés social y político, como lo plantea Cueto Gómez (2019) “Es allí donde la comunicación, como estrategia de educación masiva, cumple un papel fundamental en la búsqueda de esa transformación social” (p.32).

El proceso comunicativo se realiza mediante redes efectivas y ágiles que facilitan el diálogo en todo el momento. La comunicación macro actúa simultáneamente con la micro mientras la primera se dirige a la sociedad en general con el fin de difundir y legitimar públicamente un mensaje, la segunda establece un acercamiento personalizado en el que es posible construir una relación horizontal y de intercambio de saberes, tal como lo expresa Kamlongera y Mafalopulos (2008) “La selección de los modos de comunicación y los enfoques es una etapa crucial en el diseño de una estrategia de comunicación, porque es cuando comienza la intervención de comunicación” (p. 21).

Para el diseño de las acciones comunicativas se tendrá en cuenta los puntos emergentes en las diferentes interacciones de sus redes sociales expuestas y tratadas durante la investigación, donde se identificaron aspectos claves de la cultura como las experiencias personales con animales a lo largo de la vida, las cuales influyen en la actitud y su comportamiento en relación con los mismos.

Desde el punto de vista de Bandura y Walters (1974), “...hay bastantes pruebas de que puede haber aprendizaje por observación de la conducta de otros,” (p. 9). Igualmente, en la teoría de la aprendizaje de Bandura y Walters, se afirma que “...la producción y el mantenimiento de la conducta imitativa dependen mucho de las consecuencias de la respuesta para el modelo” (p. 9).

Continuando con la línea de comportamiento y de transferencia de conocimientos en la presente estrategia de fortalecimiento organizativo y comunicacional, es la misma comunidad quien se encarga de divulgar mejores prácticas de bienestar animal entre sus comunidades, mediante acciones ejemplarizantes, que establezcan modelos de conducta y a la vez motiven a la inscripción de una cultura del bienestar animal.

La estrategia de comunicación promueve la participación, interés y apoyo de los entes gubernamentales, profesionales de medicina veterinaria, empresas privadas, medio de información, donantes interinstitucionales, funcionarios públicos, líderes populares y demás voluntarios que hacen parte de las relaciones, constituidas mediante la red social de la fundación a lo largo de su trayectoria.

A través de las estrategias de comunicación, es posible caracterizar lo que se hará desde un punto de vista macro-ambiental, para lograr el objetivo de posicionamiento y comunicación pretendido. Básicamente, son propósitos a largo plazo que tendrán acciones (tácticas) para habilitar las estrategias que aquí se definirán.

Teniendo en cuenta el posicionamiento logrado por la Fundación Red Protectora de Animales de Pasto, cabe resaltar que la interacción en sus redes, le han permitido obtener una buena imagen y memoria de los servicios prestados. Por lo tanto, la fundación debe seguir siendo vista como un referente en la mediación del cuidado de los animales, brindando bienestar, salud y control de la natalidad, apoyados en las 5 libertades enunciadas en 1965 por la Organización Mundial de Sanidad Animal OIE, para describir los derechos que son responsabilidad del hombre: 1. Libres de Sed Hambre y desnutrición, 2. Libres de incomodidades físicas o térmicas, 3. Estar libres de miedos y angustias. no al maltrato físico ni mental, 4. Libres de dolor, lesión o enfermedades, 5. Libres para expresar las pautas propias de su comportamiento.

El reconocimiento de estos principios nos lleva a plantear tres tareas o funciones de la comunicación en este proceso: Una función informativa, a través de la cual se distribuyen datos útiles para la construcción de los conocimientos apropiados sobre bienestar animal. Una función educativa, que logre mediar el intercambio simbólico, además de la cimentación de nuevos saberes, como portadora de significados culturales que permiten al público trascender de la información a la formación (contextualizar la información) y por último una función movilizadora que invite a la acción de diversas áreas y campos (la detección y denuncia a tiempo de maltrato animal, la protección y cuidado, la participación social y comunitaria, entre otros).

La estrategia de fortalecimiento organizacional y comunicacional tiene dos grandes componentes, a partir de la comprensión que asume de la comunicación y de las funciones que cumple. Por un lado, comprende unas acciones de comunicación mediática y el empleo de los medios tradicionales (radio, prensa y tv), y por otro, unas acciones de comunicación interpersonal que se llevan a cabo a través de dos procesos: uno de sensibilización y capacitación y otro de animación sociocultural.

Los dos tipos de comunicación orientan sus mensajes tanto a cuidadores y tenedores de animales de compañía, sin embargo, en correspondencia con el contexto actual de la FunRed, cuya principal dificultad es la escasez de recursos financieros. De esta forma, todos los costos relacionados con la viabilidad de la estrategia de comunicación, provendrán de la búsqueda de alianzas con empresas locales.

Inicialmente, se pretende alinear alianzas con empresas de publicidad e impresos, donde se puedan garantizar donaciones para la creación e impresión de materiales de comunicación para este proyecto. Continuando, seguirá la búsqueda de alianzas con diarios, revistas, radios y canales de televisión locales, donde se pueda pactar la transmisión gratuita, además de tratar de

utilizar o incluso negociar con estos medios por un precio simbólico por debajo de lo establecido.

Es importante incrementar la participación de la Fundación Red Protectora de Animales de Pasto, en eventos promovidos por los entes gubernamentales, reforzando su movimiento y presencia. Igualmente, la recaudación de recursos económicos para futuras acciones de difusión, aún siendo notorios los resultados obtenidos con el actual calendario anual, es necesario ampliar la oferta a través de la venta de materiales como camisetas, gorras, mugs, llaveros y demás accesorios en los eventos que realiza la organización.

Así mismo, desde el ámbito de la comunicación interpersonal, es oportuno promover dinámicas formativas y educativas en los colegios públicos y/o privados, en forma de tertulias y juegos, con la intención de reforzar el contacto con niños y jóvenes de forma distendida y dinámica, con el objetivo de involucrar y dar a conocer las causas defendidas por la organización.

El propósito de estas acciones de comunicación participativa es el construir desde una experiencia lúdica y vivencial, un proceso de sensibilización en torno a los temas de donaciones en esterilizaciones y alimentación, de tal forma que sus contenidos promuevan movilización y apropiación por parte de quienes participen en estas jornadas, y a su vez, contribuya en la construcción de contenidos para las piezas comunicativas de carácter masivo.

Desde la posición de Kamlongera y Mafalopulos (2008) “Asegurar que los objetivos de los materiales a ser producidos sean importantes y válidos para la comunidad y que sean consistentes con los objetivos de comunicación identificados” (p.88).

Tanto en el desarrollo como en la continuidad de las jornadas y para su seguimiento, es importante disponer del diseño de recursos metodológicos, los cuales sirven como elementos de sensibilización, cohesión y memoria permanente de la jornada.

Entre los recursos están los videos, calendarios, fotonovelas, álbum de la infancia de mi mejor amigo, cartilla para colorear, afiches, pasaporte a la vida perruna y gatuna, certificados y manilla de compromisos. Éstos materiales hacen parte de la imagen de la estrategia, como también constituyen un paquete de trabajo para los participantes en los diferentes contextos de aprendizaje, en esencia son elementos comunicativos que pretenden trascender el sentido puramente comunicativo y consolidar un proceso también formativo.

Estos materiales se entregan como herramientas para el desarrollo de las actividades propuestas, todos y cada uno de estos elementos constituyen un sentido de pertenencia y de relación con la responsabilidades de los integrantes de la fundación y de la comunidad con su trabajo y con el compromiso por el bienestar animal.

Conclusiones

Mediante el trabajo investigativo aplicado a la Práctica Social Organizada (PSO) fundación Red Protectora de Animales – FunRed Pasto, fue posible poner en práctica los fundamentos conceptuales y contextuales para la formulación de una estrategia comunicacional, considerando su inserción estratégica en el logro de los objetivos organizacionales.

La estrategia de fortalecimiento organizacional y comunicacional, también formula propuestas de mejoramiento para reafirmar los vínculos con las imágenes de poder y establecer canales de comunicación participativa que garanticen la cercanía y fortalecimiento del vínculo relacional.

Como aporte al campo teórico y a la sociedad, la presente propuesta de intervención, mejora los conocimientos relacionados con el área de la comunicación participativa en redes sociales, además ofrece sustratos contextuales con miras a la eficiencia y sostenibilidad de la FunRed Pasto, para que pueda colaborar cada vez más con la sociedad, ampliando su alcance, maximizando sus resultados y combatiendo la infinidad de problemas públicos, en particular el tema de donaciones voluntarias para esterilizaciones y alimentación para animales de compañía en situación de calle.

Con este propósito el Diplomado de Profundización en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, además de posibilitar el desarrollo de un trabajo mediante la Estrategia de Aprendizaje basada en la Investigación – Acción, también contribuye y promueve valores de solidaridad y ciudadanía.

Referencias

- Bandura, A. y Walters, R. (1974). Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad.
http://www.soyanalistaconductual.org/aprendizaje_social_desarrollo_de_la_personalidad_albert_bandura_richard_h_walters.pdf
- Chadi de Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. Espacio Editorial.
<https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- Cueto Gómez, I. (2019). Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos de educación ambiental.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/catart?codigo=4780060>
- Fresno, M. D. Paunero, D. S. y Marqués, P. (2014). Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>
- Kamlongera, C., y Mafalopulos, P. (2008). Diseño participativo para una estrategia de comunicación. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma. 2da Ed. <https://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En Razón y Palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/gvelez.html>